

川口市ネーミングライツ導入に関する指針

1 趣旨

この指針は、市が所有する施設及び実施するソフト事業（以下「施設等」という。）に愛称を決定する権利を団体等に付与する制度（以下「ネーミングライツ」という。）を円滑に導入し、その適正な運用を図るため、対象とする施設等や募集方法、その他ネーミングライツに関する事項について、基本的な方針を定めるものである。

2 ネーミングライツの概要

（1）ネーミングライツの目的

施設等の愛称を決定する権利（以下「命名権」という。）を市が有する貴重な資源と捉え、命名権を団体等に付与することにより、団体等の広告の機会を拡大するとともに、市の新たな自主財源を確保し、もって地域経済活動の活性化と市財政の健全化に寄与することを目的とする。

（2）ネーミングライツの内容

ア 契約により命名権を取得した団体等（以下「ネーミングライツパートナー」という。）は、当該ネーミングライツの対象とする施設等について、企業名、商品名等を冠した愛称を付することができる。

イ ネーミングライツパートナーは、命名権の対価として市に命名権料（金銭以外の役務、現物の提供を含む。）を支払う。

ウ 市は、原則として命名権料を当該施設等の管理運営経費又は事業経費に充てることとする。

エ 市は、ネーミングライツによる愛称を市のホームページや広報かわぐちなどの情報媒体において積極的に使用し、その周知に可能な限り努めるものとする。

ただし、条例等で定める施設等の名称は変更しない。

3 対象施設等の考え方

（1）対象となる施設等

ネーミングライツは、次の各号のいずれかに該当する施設等を対象とする。

ア 多くの市民等が利用する施設（スポーツ施設、文化芸術施設、集会施設、道路、歩道橋、公園等）及びそれらの一部で、ネーミングライツパートナーの広告効果が見込まれるもの

イ 多くの市民等を対象として実施するソフト事業（文化・スポーツイベントをはじめ、福祉、子育て等の幅広い分野の事業）で、ネーミングライツパートナーの広告効果が見込まれるもの

ウ ネーミングライツを導入することにより利用者又は集客の増加が期待できる施設等

(2) 対象とならない施設等

(1)の規定にかかわらず、次の各号のいずれかに該当するものは、ネーミングライツの対象としない。

ア 施設の設置目的等を阻害するおそれがあるもの（市役所庁舎、学校等）

イ 市民公募により愛称を設定しているもの

ウ ソフト事業の性格から、愛称を付与することが適当でないもの（式典、慰霊祭、選挙啓発事業等）

エ 今後、施設等のあり方の見直し等が見込まれるもの（廃止、維持管理・実施方法の検討等）

オ 利用者が特定されるものなど、広告効果が見込めないもの

カ 施設等の個別事情により愛称を付与することが適当でないもの

(3) 指定管理者制度を導入している施設

対象となる施設のうち、当該施設が指定管理者制度を導入している場合は、指定管理者の不利益とならないよう、指定管理者から意見や要望などを十分に聴取した上で、導入の可否を決定する。

なお、導入に当たっては、指定管理期間を考慮した適切な期間の設定や指定管理者と合わせた公募を検討するとともに、利用料金制を導入している施設においては、ネーミングライツパートナーの不祥事等によるブランドイメージの低下が利用料金収入に影響する場合があることも含めて検討する。

4 応募資格

政治団体・宗教団体、公職にあるものが役員を務める団体並びに川口市広告掲載基準第4条に定める規制業種及び事業者を除き、応募することができる。

また、指定管理者制度導入施設で、指定管理者と競合する民間事業者等、施設の管理運営に支障をきたす可能性がある場合、又は施設の性格等により応募対象を制限することが必要と判断される場合は、募集要項にてその旨を明示する。

5 愛称の条件

愛称には、企業名、商品名等を冠することができる。ただし、次の条件を満たすものとする。

- (1) 施設等のイメージを損なうことなく、市民や利用者が親しみやすいこと。
- (2) 愛称に使用する文字数は多すぎず、また、分かりやすいものとする。
- (3) 契約期間中、原則として愛称を変更しないこと。
- (4) 次の事項に該当しないこと。

- ア 法令等に違反するもの又はそのおそれのあるもの
- イ 公序良俗に反するもの又はそのおそれのあるもの
- ウ 人権侵害、差別、名誉毀損のおそれがあるもの
- エ 政治性又は宗教性のあるもの
- オ 社会問題についての主義主張のあるもの
- カ その他市の施設等の愛称として適当でないもの

6 命名権料

市は、最低命名権料を、対象となる施設等の規模、利用者数、参加者数、地理的要件等によって、広告効果を総合的に勘案し、施設等ごとに設定する。

なお、命名権料の支払い方法について、市の事業推進や施設等の魅力向上に資すると認められる場合は、金銭に代えて役務の提供または現物の提供によることができる。

7 費用負担

ネーミングライツパートナーは、命名権料のほか、次に掲げる費用を負担するものとする。

- (1) 契約に係る費用及び愛称使用に伴う看板の取付け等の施設改修等に要する費用

なお、愛称使用に伴う改修箇所、方法等については、市と協議の上、決定するものとする。

- (2) 契約期間満了後又はネーミングライツパートナーの責めに帰すべき事由による契約解除の場合における原状回復に要する費用

なお、原状回復は、契約終了の日からおおむね1か月以内に速やかに行うものとする。

8 ネーミングライツの期間及び使用始期

施設を対象とするネーミングライツの期間は原則5年間とし、使用始期は原則4月1日からとする。ただし、指定管理施設については、指定期間を考慮し、適切な契約期間を設定する。

ソフト事業を対象とする場合は、契約締結日から一連の事業が終了する日までの期間とする。

9 導入方法

ネーミングライツの導入方法は、次の2つの方式とする。

- (1) 指定募集型

市が対象となる施設等を指定してネーミングライツパートナーを募集する方式。

- (2) 導入提案型

団体等から、新たにネーミングライツを導入する施設等の提案を募集する方式。対象施設等として決定した場合は、指定募集型へ移行して公募等を実施するものとする。

なお、導入提案型の応募に関し必要な事項は、別途導入提案型ネーミングライツ募集要項で定める。

10 愛称使用開始までの手続

ネーミングライツ事業に関する事務は、指定募集型、導入提案型にかかわらず、施設等所管課が実施する。

指定募集型及び導入提案型における愛称使用開始までの手続は、おおむね次のとおりとする。

(1) 指定募集型

- ア 対象とする施設等の決定
- イ 募集条件（命名権料、期間等）の決定及び募集要項の作成
- ウ ネーミングライツパートナーの募集
- エ 川口市広告審査委員会（以下「審査会」という。）における審査及び優先交渉権者の決定
- オ 優先交渉権者との協議
- カ ネーミングライツパートナー及び愛称の決定
- キ 契約の締結
- ク 施設等の表示等の変更及び市民周知
- ケ 愛称の使用開始

(2) 導入提案型

- ア 提案の受付
 - イ 施設等所管課による導入可否の検討
 - ウ 審査会への報告（ただし、施設等所管課の検討結果に疑義がある場合は、審査会を開催し、審議するものとする。）
 - エ 導入可否の決定及び通知
- 以降の手続は、指定募集型の手続（１）のイからケまでに準ずるものとする。

11 ネーミングライツパートナーの募集方法

- (1) ネーミングライツパートナーの募集は、原則すべて公募とし、市のホームページ及び広報かわぐち等に掲載することにより行う。
- (2) 市が指定管理者制度を導入している施設の場合、公募の開始に先立ち、現指定管理者に対してネーミングライツの対象施設とすることを事前に報告するとともに、必要な調整を行うものとする。
- (3) 募集の時期は、募集、協議、契約、準備、周知等の各種手続に要する日数を考慮し、愛称の使用開始日の原則６か月以上前とする。
- (4) 指定募集型の募集に当たっては、次に掲げる事項を記載した募集要項を作成するもの

とする。

- ①施設等の概要、②最低命名権料、③愛称の使用期間、④愛称の条件、⑤費用負担、⑥応募資格、⑦応募手続、⑧審査方法、⑨各種様式、⑩その他必要な事項
- (5) 募集期間は、多くの団体等が応募できるよう原則として1か月以上の期間を設けるものとする。ただし、導入提案型の場合は、募集期間を3か月以上とする。
- (6) 応募に要する経費は、応募した団体等（以下「応募者」という。）の負担とする。

12 募集における留意事項

- (1) 市がネーミングライツパートナーに対してメリットを付与する場合は、導入する施設等ごとに設置目的や関連法令の規定等を踏まえ、あらかじめ公募の際に明示するとともに、実際の運用に当たっては市とネーミングライツパートナーが協議し、適切に運用する。

ネーミングライツパートナーのメリットとしては、以下に掲げるものがある。

- ア 標識類や施設看板等への愛称の掲示
- イ 施設等のパンフレット等への愛称記載
- ウ 広報媒体やホームページ等による広報
- エ 関係機関への愛称使用の周知、働きかけ
- オ 施設等の設置目的や関連法令等の範囲内で、協議のうえ定めるもの（施設等の利用、広告の掲出など）

- (2) 市はネーミングライツの価値向上に向け、導入後も契約の範囲内において、ネーミングライツパートナーのメリットが高まるような運用に努めるものとする。

13 ネーミングライツパートナーの選定

- (1) 審査会の開催

ネーミングライツパートナーの選定に当たっては、川口市広告掲載要綱第5条第1項に基づき、募集ごとに審査会を開催する。

- (2) 審査会における審査事項

応募者のうちネーミングライツパートナーとして最も適切な者（以下「優先交渉権者」という。）と次点交渉権者を決定する。

応募者が1者の場合であっても、審査会を開催し、応募者のネーミングライツパートナーとしての適否を判定する。

また、審査の結果、適切な者がいない場合は、交渉権者無しの判定を行う。

- (3) 審査の基準

- ア 応募者の適正（応募資格、応募者の安定性、継続性、社会性など）
- イ 応募の趣旨（市のネーミングライツの目的との整合性）
- ウ 愛称（親しみやすさ、分かりやすさ、呼びやすさなど）

- エ 命名権料（施設等の有する広告効果との妥当性、市が準備に要する負担経費との妥当性）
- オ 契約実績（特定の団体等 1 者との契約が過多にならないような公平性の確保）
- カ その他（施設等の性格から選定基準となる事項）

14 契約の締結とネーミングライツパートナーの公表

優先交渉権者若しくは次点交渉権者との協議が整ったときは、ネーミングライツに関する契約を締結する。

契約の締結によりネーミングライツパートナーが決定したときは、施設等の愛称、ネーミングライツパートナーの名称、ネーミングライツの期間等を市のホームページ及び広報かわぐち等の情報媒体を通じて、速やかに公表する。

15 契約の更新（ソフト事業のうち単発のイベント等は除く）

- （１）契約の更新を希望するネーミングライツパートナーは、契約期間満了の 6 か月前までに、市に申し出なければならない。
- （２）市は、（１）の申出があった場合は、新たに公募を行う必要性について審査会に報告し、その審議を求めるものとする。
- （３）市は、（２）の審議を踏まえ、公募を行わないと判断した場合は、当該ネーミングライツパートナーを優先交渉権者として契約の更新に関する協議を行うことができる。
- （４）市は、（２）の審議を踏まえ、競合の可能性等により新たに公募を行うことが適当と判断した場合、更新の申出がなかった場合又は（３）の協議が整わなかった場合は、契約を更新せず、公募を行うことができる。

16 契約の変更

市及びネーミングライツパートナーは、災害その他やむを得ない事由により、この契約の履行に支障があると判断した場合には、双方協議のうえ、契約内容を変更することができる。

17 契約の解除

契約期間中は契約を解除することはできない。ただし、ネーミングライツパートナーに、次のいずれかの事実が生じた場合は、市は契約期間中であっても、協議を行ったうえで、この契約を解除することができる。

- （１）契約の締結及び履行に際し、不正の行為を行ったとき。
- （２）正当な理由なく、契約に定める義務を履行しないとき。
- （３）契約に違反したとき。
- （４）国税、地方税その他公課の滞納処分若しくは強制執行を受け、又は倒産若しくは破産するおそれがあり、そのことにより命名権料の支払をすることができないと認められ

るとき。

- (5) 法令違反等の不正行為、公序良俗に反する行為その他社会的信用を失墜する行為を行ったとき。

18 命名権料の返還等

契約解除が行われた場合、市は、ネーミングライツパートナーが既に支払った命名権料を返還しないものとする。

ただし、災害その他の不可抗力等、双方の責に帰し得ない事由により、この契約を継続することができない場合、市は、既に支払われた命名権料のうち未履行分について、日割りにより計算のうえ、ネーミングライツパートナーに速やかに返還するものとする。

19 リスク分担

市とネーミングライツパートナーとのリスク分担については、公募時に予め明示する。

なお、ネーミングライツパートナーが設置・変更した看板等により第三者に損害が生じた場合や、愛称が第三者の商標権を侵害した場合の負担は、ネーミングライツパートナーが負うものとする。その他、定めのないリスクが生じた場合の負担は、市とネーミングライツパートナーが協議し、決定する。

20 施行日

この指針は、平成29年2月1日から施行する。

附 則

この指針は、令和8年4月1日から施行する。

この指針は、令和8年10月22日から施行する。